В. И. ТАРАСОВ, Н. П. ДРАГУН, И. В. ИВАНОВСКАЯ

TACIT VS EXPLICIT: ПОЧЕМУ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ВСТУПАЮТ В ЯВНЫЙ СГОВОР?

Раскрыта экономическая сущность категорий «явный сговор» и «молчаливый сговор». Установлены причины возникновения и целевая направленность ценовых соглашений и согласованных действий товаропроизводителей, условия их возникновения, жизнеспособности и методы поддержания. Определены причины существования ценовых соглашений, а также экономические и юридические признаки, отличающие их от согласованных действий товаропроизводителей на рынке.

In this paper we determined the economic substance of the categories of «explicit collusion» and «tacit collusion». We established the cause of the target and direction of explicit and tacit collusion producers, identified ways to establish and maintain, as well as conditions for the occurrence and viability of explicit and tacit collusion. We disclosed the reasons for the existence of explicit collusion, and identified economic and legal features which distinguish them from tacit collusion on commodity markets.

Согласно положениям теории организации отраслевых рынков одним из способов максимизации прибыли товаропроизводителей, взаимодействующих на олигополистических рынках, является ценовой сговор: явный (*explicit*) – *ценовые соглашения* и (или) молчаливый (*tacit*) – *согласованные*

действия о ценах. С юридической точки зрения ценовой сговор – противозаконный, поскольку имеет своим следствием ограничение конкуренции, и в случае обнаружения и доказательства факта своего существования его участники привлекаются к административной ответственности[1]. В то же время борьба с антиконкурентным ценообразованием относится к наиболее проблемным областям антимонопольного регулирования. Основная сложность состоит в том, что незаконный сговор о ценах труднодоказуем: все прямые свидетельства *явного сговора* тщательно скрываются его участниками, а косвенные доказательства с большим трудом признаются и используются в судебной практике[2]. В условиях *молчаливого сговора* координация деятельности между его участниками становится недоказуемой по определению, поскольку для координации цен олигополистам не нужно заключать тайное соглашение, а достаточно взаимного понимания тех выигрышей, которые получат участники в случае отказа от конкуренции между собой[3]. В этой связи возникает вопрос: почему субъекты хозяйствования часто координируют свою деятельность (и получают таким путем монопольную прибыль) посредством явного сговора, запрещенного законодательством, если к таким же экономическим результатам с гораздо меньшим риском обнаружения приводит молчаливый сговор? Проведенное нами исследование юридических признаков сговора, представленных в табл. 1, не позволило установить причины существования явного сговора и вызвало необходимость определения экономической сущности ценовых соглашений и согласованных действий товаропроизводителей.

Таблица 1

Юридические признаки ценовых соглашений и согласованных действий

Юридический признак сговора	Ценовые соглашения	Согласованные действия
Сущность	Не оглашаемая договоренность нескольких товаропроизводителей целенаправленно координировать свои действия в области ценообразования	Координация действий в области ценообразования одним и более товаропроизводителями с остальными одноотраслевыми контрагентами без каких-либо предварительных договоренностей между ними
Форма заключения договоренности	Основана на письменных или устных договоренностях	Основана на молчаливом соглашении участников о том, что каждый из них будет поддерживать сложившийся на рынке уровень цен до тех пор, пока его поддерживают остальные участники сговора
Основания, порождающие сговор, и количественный состав участников	Могут обладать правовым обязывающим действием Основаны на многостороннем (от двух и более участников) решении координировать действия в области ценообразования	Не обладают правовым обязывающим действием Основаны на одностороннем самостоятельном решении координировать свои действия с действиями конкурентов
Основания для признания действий товаропроизводителей соглашениями (согласованными действиями)	Наличие письменных или устных соглашений хозяйствующих субъектов, сведений об исполнении данных соглашений, зафиксированных каким-либо образом, и т. п.	Данные мониторинга цен; ценовые параметры товарного рынка; приказы об установлении отпускных цен; прейскуранты на продукцию; экономические показатели деятельности субъектов рынка и т. п.[4]

Поэтому очень важным является раскрытие причин существования ценовых соглашений и определение экономических признаков, отличающих их от согласованных действий товаропроизводителей, взаимодействующих на олигополистических рынках. Для этого необходимо определить экономическую сущность категорий «явный сговор» и «молчаливый сговор», установить причины возникновения и целевую направленность ценовых соглашений и согласованных действий товаропроизводителей, определить методы установления и поддержания, а также условия возникновения и жизнеспособности явного и молчаливого сговора.

Анализ существующих подходов к трактовке экономических и юридических аспектов антиконкурентного ценообразования субъектов хозяйствования позволяет сделать следующие выводы:

- сговор – это предшествующая совершению каких-либо экономических операций (реализации продукции; участию на аукционах, торгах и др.), не оглашаемая договоренность нескольких участников таких операций действовать определенным образом (устанавливать цены на продукцию на определенном уровне, поддерживать постоянное соотношение между ценами на взаимозаменяемые товары и др.) в собственных интересах и при этом, как правило, в ущерб интересам других экономических субъектов;
- явный сговор (ценовые соглашения) – предшествующая совершению каких-либо экономических операций (реализации продукции, участию на аукционах, торгах и др.), не оглашаемая письменная и (или) устная договоренность нескольких участников о ценах и (или) условиях, влияющих на их установление (применение единообразного прейскуранта, использование специфических

методов бухгалтерского учета и расчета себестоимости и др.), а также условиях (способах) их поддержания, критериях мониторинга и последствиях нарушения участниками указанной договоренности;

- молчаливый сговор (согласованные действия) – это координация ценовых решений по каким-либо экономическим операциям (реализации продукции; участию на аукционах, торгах и др.) участниками таких операций (одним и более) при отсутствии какой-либо договоренности между ними.

В качестве субъектов сговора о ценах выступают субъекты хозяйствования, взаимодействующие на олигополистических рынках. Именно олигополистическая структура рынка приводит к взаимозависимости маркетинговых стратегий его участников и создает необходимые условия для возникновения сговора.

Объектами ценовых соглашений являются, во-первых, уровень цен на продукцию, во-вторых, условия, влияющие на установление и поддержание цен. В первом случае необходимо выделять соглашения: о повышении цен, о поддержании фиксированной пропорции между ценами на конкурирующие, но неидентичные товары, соглашения о соблюдении публично заявленных цен, об использовании единой цены как исходной точки на переговорах и др. Во втором – выделить следующие соглашения: о стандартной формуле для расчета цен, об условиях кредитования покупателей, об обязательном уведомлении всех их участников о планах снижения цен, о сокращении объемов выпуска, о распределении рынков сбыта, об обмене информацией о ценах и объемах выпуска, о стандартизации продукции, о создании отраслевых ассоциаций, выполняющих роль координатора общей ценовой политики и др.

Объектом согласованных действий является только уровень цен на продукцию участников сговора.

Можно выделить причины возникновения ценовых соглашений:

- снижение фактической и потенциальной прибыльности деятельности олигополистов вследствие обострения конкурентной борьбы на товарных рынках, связанное с действиями прямых и (или) потенциальных конкурентов, покупателей, производителей товаров-заменителей и поставщиков;
- невозможность достижения преследуемых целей хозяйственной деятельности посредством поддержания молчаливого сговора по причине отсутствия необходимых условий для его возникновения и устойчивости во времени.

В то же время причинами возникновения согласованных действий о ценах являются, во-первых, разрушение (пресечение), невозможность или отсутствие необходимости установления явного сговора, во-вторых, сложность доказательства и пресечения антимонопольными органами неявного сговора.

Сговор как один из наиболее привлекательных для субъектов рынка способов максимизации прибыли возникает всегда, когда для этого имеются необходимые экономические и правовые (несовершенство антимонопольного законодательства) условия, которые, в свою очередь, определяют его форму – явный или молчаливый. В зависимости от причин возникновения ценовой сговор товаропроизводителей призван обеспечивать достижение ими целей функционирования на рынке, представленных в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика целей ценового сговора товаропроизводителей

Форма ценового сговора	Цель ценового сговора	Способ достижения цели	Последствия ценового сговора
Явный, молчаливый	Максимизация прибыли	Установление и поддержание монопольно высоких цен (или цен, существенно превышающих предельные издержки)	Ограничение конкуренции Потери аллокативной и производственной эффективности отрасли
Явный	Ограничение доступа на рынок потенциальных конкурентов	Установление монопольно низких цен	Изменение динамической эффективности отрасли

При этом достижение целей сговора осуществляется путем применения различных методов его установления и поддержания, представленных в табл. 3.

В свою очередь, принципиальными условиями возникновения ценового сговора и его жизнеспособности являются:

- *наличие общей ценовой стратегии конкурирующих фирм, позволяющей поддерживать желаемый (монопольный) уровень рыночных цен*. Особенности данной стратегии при явном и молчаливом сговоре представлены в табл. 4;
- *функционирование механизма наказания за отклонение от стратегии сговора*. Для обеспечения устойчивости сговора наказание за отклонение от него должно быть неизбежным и дорогостоящим для нарушителя, что предполагает соблюдение таких условий, как, во-первых, размер прибыли,

которую потеряет отклонившаяся фирма, должен быть запретительно большим, во-вторых, участники сговора должны быть заинтересованы и иметь возможность своевременно определить и наказать отклонившуюся от общей стратегии ценообразования фирму. В этой связи важнейшими элементами ценовых соглашений являются:

а) механизмы компенсации убытков участников сговора в случае нарушения договоренности одним из его членов. В качестве таких механизмов могут применяться взаимное выравнивание объемов продаж в рамках оговоренного периода: олигополист, продавший свыше своей установленной соглашением квоты, должен приобрести продукцию у продавца, продавшего ниже квоты; взаимное выравнивание объемов продаж в рамках последовательности периодов: превышение продаж над квотой текущего периода ведет к снижению квоты в следующие периоды и т. п.;

б) методы и критерии мониторинга соблюдения соглашения: сбор информации о деятельности участников соглашения и подготовка отчета об их торговом обороте, уровне цен, соответствии объемов продаж выделенным квотам и др. Полномочия по сбору информации о ценах и обеспечению выполнения ценового соглашения могут быть частично или полностью делегированы специально созданной организации[8].

Таблица 3

Методы установления и поддержания ценового сговора товаропроизводителей

Форма ценового сговора	Методы установления и поддержания ценового сговора
Явный	Реализация письменной или устной договоренности об изменении уровня цен и (или) условий, влияющих на их установление и поддержание, а также мониторинг за соблюдением условий соглашения Регламентация процедуры изменения цены путем определения порядка «ценового лидерства» на рынке Компенсационные платежи и распределение долей рынка, которые позволяют субъектам хозяйствования увеличить отраслевую прибыль, направляя большую часть производства олигополисту с более низкими издержками и не побуждая участников сговора с высокими издержками отклоняться от общей стратегии ценообразования[5] Трансферт между участниками сговора Институциализация сговора – создание ассоциаций производителей и т. п.
Молчаливый	Раскрытие информации о ценах (обмен информацией о фактическом уровне цен и направлениях их изменения), которая позволяет обеспечить информационную прозрачность рынка для участников сговора[6] Использование специальных методов ценообразования, облегчающих молчаливый сговор (ценообразование по «фокальным точкам», ценовое лидерство[7] и др.

Таблица 4

Особенности общей ценовой стратегии товаропроизводителей в условиях явного и молчаливого сговора

Форма ценового сговора	Особенности общей ценовой стратегии товаропроизводителей
Явный	Периодические и частые контакты его участников Заранее оговоренные и согласованные условия реализации общей ценовой стратегии олигополистов на товарном рынке Оговоренное распределение рыночных долей олигополистов (для этой формы сговора характерна стабильность рыночных долей)
Молчаливый	Неоднократность взаимодействия олигополистов на товарном рынке Принятие ценовых решений с ориентацией на поведение конкурентов: каждый из них будет поддерживать сложившийся на рынке уровень цен до тех пор, пока такой же стратегии следуют остальные участники сговора (т. е. при определенных условиях олигополисты могут назначать точно такие же цены, как и в случае явного сговора, но без заключения какого бы то ни было соглашения)

В случае согласованных действий поддержание высоких цен возможно при условии молчаливого соглашения участников сговора о том, что отклонение от высокой цены повлечет за собой наказание (в большинстве случаев потери несут все участники молчаливого сговора). Самая простая форма наказания – возвращение к конкуренции (в виде бесконечной ценовой войны) и соответственно к нормальной норме прибыли[9]. Более эффективные формы наказания – временные ценовые войны, приводящие к существенным потерям прибыли участников сговора в течение некоторого периода времени[10];

- *благоприятная для возникновения сговора оценка его участниками соотношения ценности краткосрочной и долгосрочной прибыли (высокий уровень фактора дисконтирования)*. Молчаливый сговор является результатом динамического взаимодействия олигополистов. Поскольку наказание нарушившего молчаливый сговор участника происходит в будущем периоде, а выигрыш от него он извлекает в текущем периоде, вероятность возникновения и устойчивость ценового сговора зависят

от соотношения ценности краткосрочной и долгосрочной прибыли, т. е. от фактора дисконтирования (дисконтирующего множителя), определяемого по формуле[11]

$$\delta = \frac{1}{1+r},$$

где r – ставка процента на рынке капитала.

Определено, что устойчивость молчаливого сговора оценивается не величиной фактора дисконтирования, а его соотношением с пороговым значением (δ^{*}), которое детерминировано факторами, оказывающими влияние на жизнеспособность сговора. Способствующие сговору факторы будут снижать величину δ^{*}, дестабилизирующие сговор – повышать[12].

Условие поддержания явного сговора отличается от условия поддержания молчаливого только зависимостью порогового значения фактора дисконтирования от рыночной доли, которая, в свою очередь, сама определяется в рамках ценового соглашения[13]:

$$\frac{\pi^{c} s_i}{(1-\delta_i)} \geq \pi^{c},\ \delta_i \geq \delta^{*} = 1 - s_i,$$

где π^{c} – совокупная прибыль олигополистов в условиях сговора, млн руб.; s_i – доля рынка i-го олигополиста.

Основные результаты проведенного нами исследования экономической сущности ценового сговора схематически представлены на рисунке.



Схематическое представление экономической сущности ценового сговора товаропроизводителей

На основании изложенного можно сделать следующие выводы:

- *ценовое соглашение* (явный сговор) – это предшествующая совершению экономических операций не оглашаемая договоренность двух и более субъектов хозяйствования о ценах и (или) условиях, влияющих на их установление, направленная на максимизацию прибыли ее участников и (или) ограничение доступа на рынок потенциальных конкурентов, имеющая место при наличии договоренности о распределении рыночных долей, механизма компенсации убытков участников в случае ее нарушения одним из них, методов и критериев мониторинга соблюдения указанной договоренности, реализуемая путем регламентации процедуры изменения цены и (или) условий, влияющих на ее установление, и имеющая своим следствием ограничение конкуренции, потери аллокативной и производственной эффективности отрасли, а также изменение ее динамической эффективности.

Согласованные действия о ценах – это координация действий в области ценообразования одним и более товаропроизводителями с остальными конкурентами без каких-либо предварительных договоренностей между ними, преследующая цель максимизации прибыли, имеющая место при неоднократном взаимодействии олигополистов на товарных рынках, молчаливом соглашении между ними поддерживать сложившийся на рынке уровень цен до тех пор, пока его поддерживают остальные участники, доминировании цели получения дисконтированной долгосрочной прибыли над кратко-

срочной (высоком уровне фактора дисконтирования) и функционировании механизма наказания за отклонение от общей стратегии ценообразования, реализуемая посредством раскрытия олигополистами информации о ценах и специальных методов ценообразования, облегчающих поддержание сговора, имеющая своим следствием ограничение конкуренции, потери аллокативной и производственной эффективности отрасли, а также изменение ее динамической эффективности. Отличие предлагаемых определений от существующих в настоящее время заключается в том, что в них, *во-первых*, указаны методы установления и поддержания ценовых соглашений (путем определения порядка «ценового лидерства», институциализации сговора, через трансферты между его участниками и др.) и согласованных действий (ценообразование по «фокальным точкам», ценовое лидерство и др.), *во-вторых*, сформулированы условия возникновения и жизнеспособности явного и молчаливого сговора, на которые должно осуществляться целенаправленное воздействие при предупреждении его возникновения или прекращении существования, *в-третьих*, определены критерии оценки неэффективности ценового сговора (потери аллокативной, производственной и динамической эффективности отрасли);

• разработан подход к выделению признаков ценового сговора, заключающийся, *во-первых*, в выделении не только юридических, но и экономических признаков сговора, т. е. объектов, целей, условий возникновения и существования, методов мониторинга за исполнением условий сговора, форм наказания за отклонение от общей стратегии ценообразования и его последствий для участников сговора, а также методов его поддержания, *во-вторых*, в установлении и раскрытии содержания экономических (дифференциация объектов, условий, методов и др. сговора) и юридических (форма заключения договоренности, основания, порождающие сговор, и др.) критериев отнесения ценового сговора к соглашениям и согласованным действиям. Это позволяет разработать методическую базу определения возникновения и предупреждения ценового сговора товаропроизводителей на олигополистических рынках, учитывающую специфику всех форм его выражения;

• несмотря на существующие запреты антимонопольного законодательства, значительно более высокие вероятность обнаружения (доказательства) и штрафные санкции, субъекты хозяйствования часто координируют свои действия посредством явного сговора потому, что он в силу своей природы позволяет не только максимизировать прибыль, но и защитить рынок от проникновения новых конкурентов, а также преодолеть неблагоприятные для возникновения и поддержания молчаливого сговора факторы (информационную непрозрачность рынка, высокую дифференциацию рыночных долей, издержек, производственных мощностей участников, низкую частоту их взаимодействия и др.) путем применения таких механизмов, как, во-первых, распределение рыночных долей участников, трансфертных и компенсационных платежей между ними и др., возможных только в условиях явного сговора, во-вторых, использования заранее оговоренных условий реализации общей ценовой стратегии на рынке, штрафных санкций за нарушение ценовых соглашений и методов мониторинга за их соблюдением, дисциплинирующих участников сговора и предотвращающих их оппортунистическое поведение. Поэтому при прочих равных условиях явный сговор является значительно более надежным способом получения монопольной прибыли, способным функционировать в условиях, разрушающих молчаливый сговор.

[1] См.: Кинёв А. Ю. // Современная конкуренция. 2011. № 1. С. 75.

[2] См.: Авдашева С. Б. // Экономический журнал ВШЭ. 2007. Т. 11. № 2. С. 235.

[3] См.: Кабраль Л. Организация отраслевых рынков. Минск, 2003. С. 132; Stigler G.J. // The Journal of Political Economy. 1964. Vol. 72. № 1. P. 44; Ivaldi M. // Report for DG Competition, European Commission, 2003 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf.

[4] См.: Кинёв А. Ю. Указ. соч.

[5] См.: Bain J. // Quarterly Journal of Economics. 1948. № 62. P. 617.

[6] См.: Авдашева С. Б. Указ. соч.

[7] См.: Шерер Ф. Структура отраслевых рынков. М., 1997. С. 252.

[8] См.: Авдашева С. Б. Указ. соч.

[9] См.: Кабраль Л. Указ. соч. С. 132; Кац М. Микроэкономика. Минск, 2004. С. 649; Kuhn K.U. // Economic Policy. 2001. № 32. P. 169.

[10] См.: Porter R.H. // The Bell Journal of Economics. 1983. Vol. 14. № 2. P. 301; Rotemberg J., Saloner G. // American Economic Review. 1986. № 76. P. 390; Bagwell K., Staiger R. // Rand Journal of Economics. 1997. № 28. P. 82.

[11] См.: Ivaldi M. // Report for DG Competition, European Commission, 2003 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf.

[12] См.: Ivaldi M. // Report for DG Competition, European Commission, 2003 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf; Friedman J. // Review of Economic Studies. 1971. № 28. P. 1; Telser L.G. Competition, Collusion, and Game Theory. Chicago, 1972. P. 176.

[13] См.: Авдашева С. Б. // Указ. соч.

Поступила в редакцию 10.05.12.

Владимир Иванович Тарасов – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансовой и банковской экономики.

Николай Петрович Драгун – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики ГГТУ им. П.О. Сухого.

Ирина Викторовна Ивановская – аспирантка кафедры логистики и ценовой политики БГЭУ.